Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

FF 2021
www.dirittofederale.admin.ch
La versione elettronica firmata
è quella determinante

Termine di referendum: 7 ottobre 2021

Legge federale su un pacchetto di misure a favore dei media

del 18 giugno 2021

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,
visto il messaggio del Consiglio federale del 29 aprile 2020[1],
decreta:

I

Gli atti normativi qui appresso sono modificati come segue:

1. Legge del 17 dicembre 2010[2] sulle poste

Art. 2 lett. a^bis

Nella presente legge si intende per:

a^bis. *distribuzione mattutina*: la distribuzione di:

1. quotidiani e settimanali nei giorni feriali entro le 6.30,
2. giornali domenicali la domenica entro le 7.30;

Art. 16 cpv. 4 lett. a, 4^bis–7

4 Sono concesse riduzioni per la distribuzione di:

a. giornali e periodici in abbonamento pubblicati almeno ogni quindici giorni;

4bis Le riduzioni di cui al capoverso 4 lettera a sono calcolate in funzione della tiratura. Il Consiglio federale prevede che le riduzioni decrescano più la tiratura sia elevata.

1 FF **2020** 4049
2 RS **783.0**

5 Il Consiglio federale può prevedere criteri per concedere le riduzioni; questi possono essere in particolare la zona di diffusione, la frequenza di pubblicazione, la parte redazionale o il divieto di promuovere in modo preponderante prodotti e servizi.

6 Le riduzioni necessitano dell'approvazione del Consiglio federale.

7 La Confederazione accorda annualmente, per le riduzioni, i seguenti contributi:

a. 50 milioni di franchi per i giornali e i periodici in abbonamento secondo il capoverso 4 lettera a;

b. 30 milioni di franchi per la stampa associativa e delle fondazioni.

Titolo prima dell'art. 19a

Sezione 3*a*: Riduzioni per la distribuzione mattutina

Art. 19a Riduzioni per la distribuzione mattutina di quotidiani, settimanali e giornali domenicali in abbonamento

1 Riduzioni sono concesse per la distribuzione mattutina di quotidiani, settimanali e giornali domenicali in abbonamento effettuata da organizzazioni di distribuzione mattutina (art.19*b* cpv.1) registrate.

2 Le riduzioni per la distribuzione mattutina sono calcolate in funzione della tiratura. Il Consiglio federale prevede che le riduzioni decrescano più la tiratura sia elevata.

3 Il Consiglio federale disciplina i criteri per la concessione delle riduzioni per la distribuzione mattutina; questi possono essere in particolare la zona di diffusione, la frequenza di pubblicazione, la parte redazionale o il divieto di promuovere in modo preponderante prodotti e servizi.

4 Le riduzioni per la distribuzione mattutina necessitano dell'approvazione del Consiglio federale.

5 La Confederazione accorda un contributo annuo di 40 milioni di franchi per le riduzioni per la distribuzione mattutina.

Art. 19b Registrazione di organizzazioni della distribuzione mattutina

1 Organizzazioni che procedono alla distribuzione mattutina di giornali per la quale è accordata una riduzione (organizzazioni della distribuzione mattutina) devono registrarsi presso l'autorità federale designata dal Consiglio federale.

2 Le organizzazioni che sottostanno all'obbligo di registrazione devono soddisfare in particolare i seguenti requisiti:

a. avere una sede, un domicilio o una stabile organizzazione in Svizzera;

b. prevedere la separazione contabile tra l'attività di distribuzione mattutina di giornali per la quale è accordata una riduzione e le altre attività;

c. non impiegare il ricavato della distribuzione mattutina di giornali per la quale è accordata una riduzione per diminuire il costo di altre attività (divieto di sovvenzionamento trasversale);

d. garantire il rispetto delle condizioni di lavoro abituali nel settore;

e. negoziare un contratto collettivo di lavoro con le associazioni del personale.

Art. 19c Procedura

Il Consiglio federale disciplina la procedura per il calcolo e il pagamento delle riduzioni per la distribuzione mattutina.

2. Legge federale del 24 marzo 2006[3] sulla radiotelevisione

Art. 1, rubrica, cpv. 1 e 1bis

Oggetto e campo d'applicazione

1 La presente legge disciplina:

a. l'emittenza, la preparazione tecnica, la trasmissione e la ricezione di programmi radiotelevisivi (programmi);

b. le misure di promozione a favore di tutti i media elettronici.

1bis Per quanto la presente legge non disponga altrimenti, la trasmissione di programmi mediante tecniche di telecomunicazione è retta dalla legge del 30 aprile 1997[4] sulle telecomunicazioni (LTC).

Art. 40 cpv. 1, parte introduttiva

1 Le concessioni con partecipazione al canone secondo l'articolo 68*a* capoverso 1 lettera b danno diritto al 6–8 per cento dei proventi del canone radiotelevisivo. Il Consiglio federale determina:

Art. 44 cpv. 3

Abrogato

Art. 68a cpv. 1 lett. h

1 Il Consiglio federale stabilisce l'importo del canone per le economie domestiche di tipo privato, le collettività e le imprese. Tale importo è determinato in funzione del fabbisogno per:

h. le misure di promozione a favore di tutti i media elettronici (art. 76–76*d*).

3 RS **784.40**
4 RS **784.10**

Art. 70 cpv. 2bis e 4, secondo periodo

2bis Imprese e servizi autonomi di collettività pubbliche possono riunirsi ai fini del versamento del canone per le imprese, purché soddisfino le condizioni di cui all'articolo 12 capoversi 1 e 2 o all'articolo 13 LIVA.

4 ... Può prevedere che il canone sia restituito su richiesta alle imprese con una cifra d'affari annua inferiore a un milione di franchi e che hanno realizzato un utile esiguo o una perdita.

Titolo prima dell'art. 76

Capitolo 3: Misure di promozione a favore di tutti i media elettronici

Art. 76 Formazione e formazione continua

L'UFCOM può sostenere finanziariamente, su richiesta, istituti che propongono in modo continuativo offerte di formazione e formazione continua a orientamento pratico per chi opera nelle redazioni dei media elettronici, segnatamente formazioni di base e formazioni continue nel settore del giornalismo d'informazione. I diplomi e i certificati rilasciati da questi istituti devono essere riconosciuti dal settore.

Inserire gli art. 76a–76d prima del titolo del capitolo 4

Art. 76a Autoregolamentazione del settore

L'UFCOM può sostenere finanziariamente, su richiesta, organizzazioni riconosciute nel settore che sviluppano regole per la prassi giornalistica e vigilano sul loro rispetto.

Art. 76b Prestazioni di agenzie

1 L'UFCOM può sostenere finanziariamente, su richiesta, agenzie di stampa e agenzie di produzione di contenuti audiovisivi che rivestono importanza nazionale e garantiscono un'offerta equivalente in tedesco, francese e italiano.

2 Il fabbisogno finanziario deve essere motivato.

3 La distribuzione di dividendi è vietata durante il periodo del sostegno finanziario dell'UFCOM.

4 La SSR può collaborare con agenzie di stampa o detenere una partecipazione delle stesse.

Art. 76c Infrastrutture digitali

1 L'UFCOM può sostenere finanziariamente lo sviluppo e, per un periodo limitato, l'esercizio di infrastrutture digitali innovative nel settore dei media elettronici.

2 I contributi di promozione sono versati su richiesta agli esercenti di infrastrutture digitali, sempre che l'infrastruttura adempia le seguenti condizioni:

a. consente o ottimizza l'acquisizione, la produzione o la diffusione di offerte editoriali o ne facilita la reperibilità;

b. contribuisce alla pluralità editoriale.

3 Se i mezzi disponibili non sono sufficienti per accogliere tutte le richieste, la priorità è data alle infrastrutture che sono messe a disposizione di tutti i media elettronici, e di chi vi opera, a condizioni adeguate e non discriminatorie.

Art. 76d Disposizioni comuni

1 I contributi di promozione di cui agli articoli 76–76*c* sono calcolati in base ai costi computabili delle attività oggetto delle misure promozione. Il Consiglio federale stabilisce la quota massima dei costi computabili che può essere coperta dai contributi di promozione. Tale quota corrisponde al massimo all'80 per cento.

2 Il Consiglio federale disciplina la computabilità dei costi e i giustificativi da fornire in modo che siano considerate soltanto le prestazioni a favore dei media elettronici.

3 Specifica le condizioni per il versamento dei contributi.

4 I contributi di promozione dei media elettronici sono finanziati mediante i proventi del canone radiotelevisivo (art. 68*a*). La quota ammonta al massimo al 2 per cento dei proventi complessivi del canone.

II

La legge federale sulla promozione dei media in linea è adottata nella versione qui allegata.

III

1 La presente legge sottostà a referendum facoltativo.

2 Il Consiglio federale ne determina l'entrata in vigore.

3 La durata di validità degli articoli 2 lettera a^{bis} e 19*a*–19*c* della legge del 17 dicembre 2010[5] sulle poste (cifra I numero 1) è di sette anni.

4 Il Consiglio federale abroga l'articolo 16 capoversi 4–7 della legge sulle poste sette anni dopo l'entrata in vigore della presente legge.

5 RS **783.0**

[5] La durata di validità della legge federale in allegato è di sette anni.

Consiglio degli Stati, 18 giugno 2021

Il presidente: Alex Kuprecht
La segretaria: Martina Buol

Consiglio nazionale, 18 giugno 2021

Il presidente: Andreas Aebi
Il segretario: Pierre-Hervé Freléchoz

Data della pubblicazione: 29 giugno 2021
Termine di referendum: 7 ottobre 2021

Allegato
(cifra II)

Legge federale sulla promozione dei media in linea (LPMeL)

del 18 giugno 2021

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,

visto l'articolo 93 capoverso 1 della Costituzione federale[6];
visto il messaggio del Consiglio federale del 29 aprile 2020[7],

decreta:

Art. 1 Diritto al contributo

1 L'Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM) versa, nei limiti dei mezzi a disposizione, contributi a sostegno delle offerte mediatiche disponibili elettronicamente su domanda (offerte mediatiche in linea).

2 Versa su richiesta i contributi a organizzazioni e a operatori dei media la cui offerta mediatica in linea soddisfa le seguenti condizioni:

a. una determinata cifra d'affari minima netta è realizzata mediante controprestazioni volontarie o obbligatorie per la fruizione dell'offerta; il Consiglio federale stabilisce la cifra d'affari minima netta per ciascuna regione linguistica;

b. l'offerta si rivolge prevalentemente a un pubblico svizzero;

c. la parte redazionale dell'offerta è aggiornata costantemente;

d. la parte redazionale dell'offerta è chiaramente separata dalla pubblicità;

e. la parte redazionale dell'offerta presenta principalmente informazioni sulla realtà politica, economica e sociale;

f. l'offerta è composta principalmente di contenuti che non sono già sostenuti con una quota di partecipazione al canone secondo la legge federale del 24 marzo 2006[8] sulla radiotelevisione; i contenuti già sostenuti con una quota di partecipazione al canone devono inoltre essere liberamente disponibili;

g. l'organizzazione o l'operatore dei media responsabile dell'offerta dichiara di lavorare rispettando le regole per la prassi giornalistica riconosciute nel settore;

6 RS **101**
7 FF **2020** 4049
8 RS **784.40**

h. l'impressum dell'offerta è facilmente reperibile;

i. l'offerta è proposta da un promotore privato;

j. una parte adeguata dell'offerta è adattata alle esigenze delle persone con disabilità sensoriali;

k. l'organizzazione o l'operatore dei media provvede affinché l'offerta non metta in pericolo lo sviluppo fisico, psichico, morale o sociale dei minorenni.

3 Il Consiglio federale precisa le condizioni di cui al capoverso 2 lettere c, e, h, j e k.

4 Disciplina i requisiti per le richieste di contributo. Stabilisce segnatamente le informazioni da fornire e i giustificativi da presentare. Può prevedere che le richieste siano presentate in forma elettronica.

5 I media in linea che entrano nel mercato hanno diritto a contributi nel secondo, terzo e quarto anno d'esercizio se:

a. realizzano almeno un quarto della cifra d'affari minima netta secondo l'articolo 2 lettera a nel secondo anno d'esercizio;

b. realizzano almeno due quarti della cifra d'affari minima netta secondo l'articolo 2 lettera a nel terzo anno d'esercizio;

c. realizzano almeno tre quarti della cifra d'affari minima netta secondo l'articolo 2 lettera a nel quarto anno d'esercizio.

Art. 2 Calcolo

1 Il contributo è calcolato in base alla cifra d'affari netta realizzata mediante controprestazioni volontarie o obbligatorie per la fruizione dell'offerta mediatica in linea.

2 Il Consiglio federale stabilisce l'importo del contributo in percentuale della cifra d'affari computabile; tale quota ammonta al massimo al 60 per cento. Nello stabilire l'importo, il Consiglio federale considera la grandezza e la struttura del mercato nella rispettiva regione linguistica.

3 Prevede che la quota decresca più la cifra d'affari sia elevata.

4 Disciplina la computabilità della cifra d'affari in modo che siano considerati soltanto i proventi derivanti dall'offerta mediatica in linea.

5 Se i mezzi a disposizione non sono sufficienti per accogliere tutte le richieste che soddisfano le condizioni di cui all'articolo 1 capoverso 2, tutti i contributi dell'anno interessato sono ridotti nella stessa proporzione.

Art. 3 Offerte mediatiche molteplici di un medesimo promotore

1 I promotori di offerte mediatiche molteplici rivolte alla medesima regione linguistica presentano un'unica richiesta di contributo.

2 Le cifre d'affari sono sommate.

Art. 4 Finanziamento

I contributi di promozione sono finanziati con un importo annuo di 30 milioni di franchi proveniente dalle risorse generali della Confederazione.

Art. 5 Valutazione

1 Il Consiglio federale verifica l'economicità e l'efficacia della presente legge in relazione alla pluralità delle offerte mediatiche in linea per le quali è versata una controprestazione.

2 Avvia la verifica quattro anni dopo l'entrata in vigore della presente legge.

3 Presenta all'Assemblea federale un rapporto contenente proposte per il seguito.